

ปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิผลการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว
OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก
Community Management Factors Affecting Management Effectiveness
Factors of Nawatwithi OTOP Tourism Community in the Central
and Eastern Regions

สุภา บวรศิริปรีชากุล¹ สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล² อนันต์ ธรรมชาลัย³

Supa Bowonsiripreechakul, Sanit Sirivisitkul, Anan Thammachalai

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิผลการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ทั้ง 2 ภาค จำนวน 274 คน สถิติที่ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันผลการศึกษวิจัย พบว่า ระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวของตัวของตัวแปรต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณลักษณะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขต พื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดนเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านที่ตั้งชุมชน ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ด้าน ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านจำนวนสมาชิก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน ด้านผู้นำชุมชน ตามลำดับ

คำสำคัญ (Keywords): การจัดการ; ชุมชนท่องเที่ยว; OTOP นวัตวิถี; ประสิทธิภาพ

Received: 2022-08-09 Revised: 2022-10-24 Accepted: 2022-10-29

¹ สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Department of Management, Faculty of Political Science, North Bangkok University. Corresponding Author e-mail: nawaphorn1818@gmail.com

² คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Department of Management, Faculty of Political Science, North Bangkok University

³ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Department of Management, Faculty of Political Science, North Bangkok University

Abstract

The purpose of this research was to study community management factors affecting management effectiveness factors of OTOP Nawatwithi tourism communities in the central and eastern regions. This research is a quantitative research. The sample group used in this research was 274 entrepreneurs who own OTOP innovative tourism community products in the central and eastern regions of both regions, totaling 274 people. Statistics used for data analysis were: The frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, and Pearson's correlation coefficient analysis found that opinion levels of various variables regarding community characteristics Travel OTOP Nawatwithi in the central and eastern areas at a high level When considering each aspect, it was found that it was at a high level in all aspects. They are sorted from least to greatest as follows: Community location in terms of operating time in terms of community products The number of members products and community services community leaders, respectively.

Keywords: Management; Tourism Community; OTOP Innovation; Effectiveness

บทนำ (Introduction)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มีกรอบในการพัฒนาทางด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นภาคการผลิตและบริการให้เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้น โดยมีแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยให้กรมการพัฒนาชุมชน ช่วยในกระบวนการเรียนรู้และพัฒนากิจการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีความเข้มแข็งทำให้ชุมชนยกระดับศักยภาพจากการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการพัฒนาด้านการจัดการผลิตและการบริหารให้เกิดการเข้าถึงและนำออกไปสู่ภายนอก (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. 2564) และต้องเป็นการต่อยอดจากอดีตไปยังระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น นำมาประยุกต์ผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อนำทางไปสู่การสร้างคุณค่าและรายได้ที่ยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2564)

สำหรับความสำคัญของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจะมาจากการชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตในแต่ละยุคสมัย ประวัติความเป็นมา ความ

เชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคล ในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน โดยมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 15 ต่อปี และในระยะ 10 ปีข้างหน้าจะมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด การส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจะเน้นให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่และเข้าถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตและองค์ความรู้ของชุมชน ให้มีความสำคัญกับการอนุรักษ์มากกว่าการสร้าง ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและหากพิจารณาในด้านการเติบโตพบว่าชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิธิน่าจะมีอัตราการขยายตัวได้ถึงร้อยละ 20 ต่อปี ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องมีการพัฒนาใน 3 รูปแบบ ประกอบด้วยการสร้างสรรคคุณค่า (Value Creation) การสร้างความแตกต่าง (Niche Differentiation) และการพัฒนาสินค้าใหม่ (Initiative & Development) ซึ่งในเรื่องดังกล่าวกรมการพัฒนาชุมชน ได้ดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ ด้วยการจัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่มีกระบวนการเตรียมความพร้อมชุมชนและสร้างความน่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านและชุมชน (กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน. 2563) ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ บนนวัตกรรมจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมศักยภาพและสร้างโอกาสในอาชีพและการจ้างงานทั้งระบบ สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าด้วยการตลาดสมัยใหม่ให้เกิดความยั่งยืน (รุ่งรัตน์ หัตถกรรม; และคณะ. 2560: 99-108)

ในการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่มีจำนวน 3,273 หมู่บ้านและชุมชนด้วยการทำให้มีศักยภาพด้านความสามารถของชุมชน สร้างความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ การเพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์ การเติบโตและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จจากรายได้ของผลิตภัณฑ์ (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. 2563) ในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามได้แก่ แม่น้ำ ภูเขา ถ้ำและประวัติศาสตร์ในการนำมาบูรณาการในเชิงพื้นที่ (กองแผนงาน.กรมพัฒนาชุมชน. 2561) มีการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP และนำอัตลักษณ์ความโดดเด่นสู่นวัตกรรมใหม่ มาใช้การบริหารจัดการและการตลาดเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2563) โดยมุ่งหวังให้มีรายได้เพิ่มขึ้นยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์สู่อาเซียน เช่นอาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ พืชสมุนไพร สินค้าเกษตรปลอดภัยหรือประเภทอาหาร ของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก เป็นต้น (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ. 2563)

จากความสำคัญดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดคำถามในการวิจัยว่าระดับของประสิทธิผลปัจจุบันในการจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาค

ตะวันออกนั้นเป็นอย่างไร มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกและแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกที่เหมาะสมนั้นควรมีแนวทางอย่างไรบ้าง จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาเรื่อง “แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก” เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่นำไปใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการในการกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาและนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศตามนโยบายและเป้าหมายของรัฐบาล ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Purpose or Objective)

เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ทั้ง 2 ภาค ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 944 ชุมชน

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยใช้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ทั้ง 2 ภาค จำนวน 274 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 55 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

3.1.1 ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกใช้คำถามปลายปิด (Close ended questions) แบบเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งในปัจจุบัน ลักษณะ

ของกิจการ ทุนจดทะเบียนจำนวนพนักงานทั้งหมด ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ การให้ความสำคัญกับกิจการและปัญหาเกี่ยวกับกิจการในปัจจุบัน จำนวน 11 ข้อ

3.1.2 ปัจจัยเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกทั้ง 4 ด้านประกอบด้วย 1) ลักษณะการประกอบอาชีพ 2) การจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 3) ประสิทธิภาพการดำเนินงานของชุมชนและ 4) แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามปลายปิดมีข้อคำถามรวม 43 ข้อ ใช้เป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3.1.3 ข้อเสนอแนะทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก คำถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด

3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งเป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2.2 ดำเนินการหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ โดยนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการขั้นต่อไป

3.2.3 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ทั้ง 2 ภาค ที่ไม่ใช่กลุ่มที่จะศึกษา จำนวน 30 ชุด โดยวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) และหาค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับโดยใช้วิธีการของ Cronbach โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นจากผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .90

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแล้วเสนอมหาวิทยาลัยที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้ง แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับประชากรที่ทำการศึกษาต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ทั้ง 2 ภาค โดยผู้วิจัยได้ทำการแจก

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิภาพการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 274 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากตำราเอกสาร และค้นคว้าจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

5.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

5.1.1.1 เพื่อบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และคุณลักษณะของกลุ่มชุมชน OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentages)

5.1.1.2 ระดับ ความคิดเห็นเป็นสถิติที่ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นของกลุ่มชุมชน OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้คู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายข้อมูล

5.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน (Statistics used to test hypotheses)

5.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพในการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกหากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Post Hoc Multiple Comparisons แบบ Scheffe Test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

5.2.2 การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ของประสิทธิภาพการจัดการของกลุ่มชุมชน OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก แยกตามคุณลักษณะของชุมชน

5.2.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis-MRA) แบบ All Enter ในการทดสอบแรงขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มชุมชน OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ว่ามีระดับความสัมพันธ์กันเป็นอย่างไร

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ศึกษาปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิภาพการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก มีดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิผลการจัดการของชุมชนท่องเที่ยวOTOP นวัตกรรม ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยภาพรวม

ระดับปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อ ปัจจัยประสิทธิผลการจัดการของชุมชน ท่องเที่ยวOTOP นวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านที่ตั้งชุมชน	4.01	.688	มาก	1
2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน	4.00	.603	มาก	2
3. จำนวนสมาชิก	3.93	.638	มาก	4
4. ผู้นำชุมชน	3.91	.723	มาก	6
5. ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.97	.648	มาก	3
6. ผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน	3.92	.640	มาก	5
รวม	3.47	0.656	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับปัจจัยการจัดการชุมชนที่ส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิผลการจัดการของชุมชนท่องเที่ยวOTOP นวัตกรรม ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.47) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ ด้านที่ตั้งชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01) ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00) ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97) ด้านจำนวนสมาชิก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92) ด้านผู้นำชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเรื่องนี้มีประเด็นสำคัญในการอภิปรายผล ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชน ระดับประสิทธิผลการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่า ตัวแปรการดำเนินการธุรกิจชุมชนพบว่าอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งปัจจัยในทุกด้าน อยู่ในระดับมากดังต่อไปนี้ ลำดับมากที่สุด คือ การประกอบการธุรกิจของชุมชนที่ผ่านการร่วมคิดและพิจารณาจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์จากการประกอบการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.97 ลำดับปานกลาง คือ การประกอบการธุรกิจของชุมชนที่ผ่านการร่วมคิดและพิจารณาจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์จากการประกอบการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.92 ลำดับน้อยที่สุด คือ การจัดการของชุมชนต้อง

มีการประยุกต์ใช้แนวคิดต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญศรี นิรินัง (2563) พบว่า องค์ประกอบในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ประกอบด้วย การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ เป้าหมายตามหลักการและศักยภาพของชุมชน การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว บุคลากร การตลาดท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ประโยชน์ของแนวทางการจัดการทำให้การพัฒนาเกิดความยั่งยืนเพราะสามารถตอบสนองกับความต้องการของทุกฝ่ายได้ สอดคล้องกับ วัลย์ลดา พรหมเวียง (2562) พบว่า ผู้ประกอบการต้องค้นพบและยอมรับได้ในจุดเด่นที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน สร้างอัตลักษณ์สู่การเชื่อมโยง เอกลักษณ์เฉพาะตัวให้มีคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรมการตลาดดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ แนวทางการจัดการทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น การตัดสินใจมีคุณภาพมากขึ้น และส่งเสริมให้มีการปรับปรุงงาน ตลอดจนผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น สอดคล้องกับ เสียว, เซ็ง, ซาง; และ ซู (Xie, Zeng, Zang; & Zou. 2017) พบว่า ประสิทธิภาพของการจัดการของชุมชน ได้แก่ การดำเนินการในชุมชนที่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายชัดเจน การสร้างสรรค์คุณค่าที่มีความแตกต่างของสินค้า การกระทำให้สำเร็จร่วมกันในการบรรลุเป้าหมาย การให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การเพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์ที่มีความเจริญก้าวหน้า การสร้างรายได้เพิ่มขึ้น มีการใช้ประโยชน์จากชุมชนมากขึ้น การผลิตให้มีคุณภาพ การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีการพบเห็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนมากที่สุดโดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์ ดังนั้น ทางผู้ที่เกี่ยวข้องควรใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญเนื่องจากช่องทางดังกล่าว ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็น และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่น ๆ

1.2 จากผลการวิจัยพบว่าควรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ที่ส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในขณะที่หน่วยงานภาครัฐมีความกังวลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวกลับมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันก็ตระหนักถึงเรื่องการควรมีมาตรการอนุรักษ์พื้นที่และวิถีชีวิตของชาวบ้านควบคู่กันไป เนื่องจากหากชาวบ้านไม่มีการอนุรักษ์หรือหวงแหน พื้นที่ที่มีการบุกรุกทำลายสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ เช่น การทิ้งขยะในแม่น้ำลำคลอง หรือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เปลี่ยนไป อาจส่งผลต่อการท่องเที่ยวได้

ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องมีการวางแผนเพื่อการอนุรักษ์ และทำความเข้าใจต่อชาวบ้านในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างขึ้น เพื่อที่จะได้ข้อสรุปที่แตกต่าง มีความหลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น เกี่ยวกับปัจจัยการจัดการที่ส่งผลประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ในพื้นที่อื่น ๆ โดยศึกษากลุ่มประชากรอื่น เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่คาดหวัง ว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยนี้อย่างไร

2.2 ศึกษาความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยววิถีชีวิตต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนวัตวิถีนักท่องเที่ยวคาดหวังอย่างไรบ้าง ต้องการให้มีอะไร เพิ่มเติมอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลการวิจัยมาประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนนำไปพัฒนาปรับปรุงให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยววิถีชีวิตต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). *แนวทางการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย. (2562). *การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อ อธิบายหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารนิเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- รุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคนอื่น ๆ. (2560). *การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสุขมวลรวมของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. *วารสารสหวิทยาการ*. 1(1), 99-108
- วัลย์ลดา พรหมเวียง. (2562). *การสร้างนวัตกรรมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน บ้านคลองทราย*. ใน: รายงานวิจัย. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- เพ็ญศรี ฉิรินัง. (2563). *องค์ประกอบความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของชุมชนคลองมหา สวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม*. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2565, จาก <https://so04.tci-thaijo.org/>
- ปิยกุล พวงแก้ว. (2563). *การดำเนินงานของโครงการหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีกรณีศึกษาบ้านท้ายดง หมู่ที่ 1 ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สุภัทริภา ชันทรและคณะ. (2562). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่ตำบลระเวียง จังหวัดนครราชสีมา*. คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 12 (2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Heesup Han, Taeyeon Eom, Amr Al-Ansi, Hyungseo Bobby Ryu and Wansoo Kim. (2019). *Community-Based Tourism as a Sustainable Direction in Destination Development: An Empirical Examination of Visitor Behaviors*. Switzerland: MDPI, Basel.
- Mayaka, M., Croy, W. G. and Wolfram Cox, J. (2019). A dimensional approach to community-based tourism: Recognising and differentiating form and context. *Annals of Tourism Research*. 74, 177-190.
- Strydom, A. J., Mangope, D. and Henama, U. S. (2018). Lessons learned from successful community-based tourism case studies from the global south. *African journal of hospitality, tourism and leisure*. 7(5), 1-13.
- Xie, X., Zeng, S., Zang, Z., & Zou, H. (2017). Identifying the factors determining cooperative innovation effect in emerging economies. *Chinese Management Studies*. 11, 366–386.